

رابطه بین شرایط محیطی، ارزش درک شده و رضایتمندی در وفادار نمودن مشتریان بانک قوامین استان گیلان

امیر اسدی*، 183،

1395-11-3

چکیده پایان نامه: رفتار مصرف کننده یکی از مهمترین و جذاب ترین شاخه های مدیریت بازاریابی است که همواره محققین مختلف به تحقیق در ارتباط با آن علاقه ی بسیار زیادی دارند، یکی از مهمترین متغیرهایی که در زمینه ی رفتار مصرف کننده مورد بررسی قرار می گیرد، وفاداری مشتریان است. از این رو هدف اصلی تحقیق بررسی رابطه بین شرایط محیطی، ارزش درک شده و رضایتمندی در وفادار نمودن مشتریان بانک قوامین استان گیلان است. این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از حیث جمع آوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه ی آماری تحقیق مشتریان شعب بانک قوامین در استان گیلان هستند. لازم به توضیح است که 30 شعبه در استان گیلان مستقر هستند. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع خوشه ای و غیراحتمالی در دسترس است. روش گردآوری داده ها در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. در این تحقیق برای اندازه گیری روایی از روایی محتوا و همچنین برای اندازه گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر آن برای تمامی متغیرهای مدل بالاتر از 7/0 بدست آمده است. تمامی تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزارهای اس پی اس و لیزرل استفاده شده است. برای بررسی فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتیجه ی فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت و معنی دار شرایط محیطی شعب بر ارزش درک شده، رضایت و وفاداری بوده است. در فرضیه های دیگر نیز تاثیر ارزش ادراک شده بر رضایت و وفاداری به تایید رسیده است. در نهایت در فرضیه انتهایی تحقیق تاثیر مثبت و معنی دار رضایت مشتری بر وفاداری مشتری به تایید رسیده است. واژگان کلیدی:

کلمات کلیدی : وفاداری مشتری، رضایت مشتری، شرایط محیطی شعب، ارزش درک شده، بانک قوامین، استان گیلان.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)